

BAB III

OBJEK, METODE DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini terdiri dari 4 variabel, yaitu variabel religiusitas(X1) dan *Islamic service quality*(X2) merupakan variabel bebas (*independent variable*), sedangkan variabel Loyalitas Pelanggan (Y) merupakan variabel terikat (*dependent variable*). Survey pada Kitamart Bandung akan dimulai pada bulan juni-juli.

3.2 Metode Penelitian

Berdasarkan pada masalah yang diteliti, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kausalitas, menurut Silalahi pada tahun 2012 metode kausalitas yaitu, “*Hubungan sebab-akibat apabila dalam proposisi secara khusus menyatakan bahwa perubahan dalam suatu variabel menyebabkan suatu perubahan dalam variabel lain dalam suatu daerah tertentu*”.

Oleh karena itu, peneliti menggunakan metode kausalitas eksperimen, dimana satu variabel bebas dan mengamati akibat yang terjadi kepada satu atau lebih variabel terikat. Dalam penelitian ini akan dibahas secara mendalam bagaimana religiusitas dan *Islamic service quality* dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian atau rancangan penelitian pada dasarnya adalah strategi untuk memperoleh data yang dipergunakan dalam menguji hipotesa yang meliputi penentuan pemilihan subjek, sumber data, teknik pengumpulan data, serta prosedur yang akan ditempuh (Pratama s. , 2013) Adapun desain penelitian yang digunakan ialah desain eksplanatori, desain eksplanatori adalah: “bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel” (Silalahi, 2012). Sesuai dengan tujuan penelitian ini, yaitu untuk menguji hipotesis yang dapat menjelaskan sejauh mana penerapan religiusitas dan *Islamic service quality* dalam meningkatkan loyalitas konsumen serta implikasinya terhadap loyalitas pelanggan di Kitamart bandung

3.3.1 Definisi Operasional

Variabel Pada bagian ini akan dijelaskan definisi operasional variabel-variabel yang digunakan yaitu). Operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut Operasional variabel penelitian adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau kostrak dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasi kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur kostrak atau varabel tersebut (Nazir, 2003).

Muhammad Roji Rohmatillah, 2020

PENGARUH RELIGIUSITAS DAN ISLAMIC SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI MINI MARKET KITAMART

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Operasional variabel menjadi rujukan dalam penyusunan instrument penelitian, oleh karena itu operasional variabel harus disusun dengan baik agar memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi. Maka dari itu variabel merupakan suatu item yang sederhana atau konsep yang berisikan nilai deret atau variabel juga bisa disebut sebagai konsep yang memiliki bermacam-macam nilai. Pengukuran adalah penggunaan angkaangka atau item yang mewakili aspek-aspek atau dimensi-dimensi konsep yang diukur berdasarkan standar atau aturan tertentu. Tujuan dari pengukuran adalah untuk membedakan satu unit analisis dengan unit analisis yang lain berdasarkan variabel yang diukur (Silalahi, 2012). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang akan diteliti, yaitu:

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas adalah variabel sebab (*cause variable*) atau sesuatu yang mengkondisikan terjadinya perubahan dalam variabel lain. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas adalah *Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan (X)*.

2. Variabel terikat (*dependen variable*)

Varibel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepatuhan dalam loyalitas pelanggan (Y).

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel/ Konsep Teoritis	Dimensi	Indikator	Skala
Variable X1 Religiusitas Religiusitas menurut ajaran Islam dapat diketahui melalui beberapa aspek penting yaitu, aqidah, syariah dan ibadah, ilmu, muamalah yang dipandu <i>akhlaq al-karimah</i> . (Muzakkir, 2013)	1. Perilaku <i>hablumminallah</i> 2. Perilaku <i>hablumminannas</i> (Mansoer, 2008)	1.1 tingkat pengetahuan keimanan dan ibadah 1.2 tingkat sikap terhadap keimana dan ibadah 1.3 tingkat pengamalan keimanan dan ibadah 2.1 tingkat perilaku terhadap diri sendiri 2.2 perilaku islam terhadap sesama manusia 2.3 perilaku islam terhadap alam sekitar	Interval

Variable X2 Islamic Service Quality Konsep kualitas pelayanan dalam perspektif Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syariat Islam (Othman, 2001)	Kepatuhan pada syariat Islam (Sharia Compliance) Wujud atau Bentuk (Tangible) Daya Tanggap (Responsiveness) Jaminan (Assurance) Empati (Empathy) (Othman, 2001)	1.1 Tidak menjual prooduk haram 2.1 Tingkat kelengkapan fasilitas pelayanan 2.2 Tingkat kebersihan tempat pelayanan 3.1 Tingkat daya tanggap karyawan 3.2 Tingkat kecepatan pelayanan 4.1 Tingkat pengetahuan karyawan 4.2 Tingkat kepercayaan diri pemberi layanan 5.1 Terdapat komunikasi yang baik terhadap konsumen 5.2 pemaham yang baik atas kebutuhan konsumen	Interval
Variabel Y Loyalitas Konsumen Griffin, 2003) berpendapat bahwa pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang sangat puas dengan produk atau jasa tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang dikenal	Karakteristik konsumen loyal (Griffin, 2003)	1.1 Melakukan pembelian secara teratur 1.2 Membeli di luar lini produk atau jasa 1.3 Mereferensikan produk ke orang lain 1.4 Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	Interval

3.3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2014) Populasi data yang diambil adalah berasal konsumen yang berbelanja lebi dari 1 kali.

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian (sampel sendiri secara harfiah berarti contoh) (Rozaini, 2003), menurutnya alasan perlunya pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

1. Keterbatasan waktu, tenaga dan biaya.
2. Lebih cepat dan lebih mudah.
3. Memberi informasi yang lebih banyak dan dalam.
4. Dapat ditangani lebih teliti.

Penelitian yang menggunakan metode sampel dapat cepat diselesaikan, karena dengan metode sampel hanya mengadakan penelitian terhadap sebagian obyek. Maka pengumpulan data, pengolahan data dapat menghemat waktu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yakni *accidental sampling* (sampel tanpa sengaja), dimana *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

Dalam penelitian ini, jumlah populasi tidak diketahui berapa banyaknya dan peneliti tidak dapat memastikan jumlah populasi tersebut secara akurat. jadi teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu *sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2012).

Karena jumlah sampel tidak diketahui untuk menentukan jumlah sampel penelitian dapat di hitung menggunakan rumus (Tabachnick & Fidel, 2013, p. 123) yaitu:

$$N \geq 50 + 8k$$

Keterangan: k = Jumlah indikator
N = Jumlah Sampel

Berdasarkan rumus tersebut maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$N \geq 50 + 8k$$

$$N \geq 50 + (8)$$

$$N \geq 114$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel minimal atau sama dengan 114 responden

3.3.3 Instrumentasi dan Teknik Pengumpulan Data

Instumen penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan menggunakan kuesioner. Primer adalah “data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Metode atau pendekatan yang dapat dilakukan dalam proses

pengumpulan data yang bersifat primer ini dapat menggunakan angket/kuesioner” (Suryani, 2015).

Kemudian pengertian kuesioner menurut (Hendri, 2009) “Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang akan digunakan oleh periset untuk memperoleh data dari sumbernya secara langsung melalui proses komunikasi atau dengan mengajukan pertanyaan”.

Menurut (Aedi, 2010), data ordinal adalah “adalah data yang berasal dari suatu objek atau kategori yang telah disusun secara berjenjang menurut besarnya. Setiap data ordinal memiliki tingkatan tertentu yang dapat diurutkan mulai dari yang terendah sampai tertinggi atau sebaliknya”.

skala *semantic differential* untuk mengukur sikap dimana subjek diminta untuk memilih salah satu sifat yang menggambarkan perasaan mereka terhadap suatu objek. Adapun pernyataan yang diberikan menggunakan model jawaban dengan skala interval antara 1-7 sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

Alternatif Jawaban	Rentang Jawaban						
	←————→						
Setuju	7	6	5	4	3	2	1 Tidak Setuju
Positif	7	6	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5	6	7

Sumber: (Sarwono, 2013)

Setelah jawaban diperoleh dari responden maka langkah selanjutnya adalah mengolah data penelitian. Setelah data diolah, langkah selanjutnya adalah mengkategorikan masing-masing variabel sebelum data dianalisis lebih lanjut untuk menjawab rumusan hipotesis. Adapun untuk pengkategorian variabel digunakan rumus sebagai berikut (Azwar, 2012):

Tabel 3.3
Skala Pengukuran Kategori

Skala	Kategori
$X > (\mu + 1,0\sigma)$	Tinggi
$(\mu - 1,0\sigma) \leq X \leq (\mu + 1,0\sigma)$	Sedang
$X < (\mu - 1,0\sigma)$	Rendah

Sumber: (Azwar, 2012) Keterangan:

X = Skor empiris

μ = Rata-rata teoritis $((\text{skor min} + \text{skor maks})/2)$ σ = Simpangan baku teoritis $((\text{skor maks} - \text{skor min})/6)$

Instrumen penelitian yang digunakan harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Oleh karenanya instrumen penelitian harus diuji coba terlebih dahulu dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut merupakan penjabaran teknik uji validitas dan uji reliabilitas instrumen penelitian:

3.3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam rangka memecahkan masalah atau menguji hipotesis. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif, yaitu suatu analisis yang digunakan melalui suatu pengukuran yang berupa angka-angka dengan menggunakan metode statistik (Ferdinand, 2014).

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan studi kausalitas dengan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi umumnya digunakan apabila tujuan analisis adalah prediksi hubungan sebab akibat antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) (Kuncoro, 2007).

1. Pengujian Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Pengertian validitas menurut (Ferdinand, 2014) adalah Derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Uji validitas menyatakan bahwa instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak.

Menurut Tahendrika, dalam (Harjasiwi, 2014) terdapat kriteria pengujian validitas, yaitu sebagai berikut:

- a) Jika r hitung $>$ r tabel maka instrumen atau item-item pernyataan dinyatakan valid
- b) Jika r hitung $<$ r tabel maka instrumen atau item-item pernyataan dinyatakan tidak valid

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas X1 (Religiusitas)

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,711	0,167	Valid
2	0,440	0,167	Valid
3	0,450	0,167	Valid
4	0,526	0,167	Valid
5	0,704	0,167	Valid
6	0,446	0,167	Valid
7	0,298	0,167	Valid
8	0,423	0,167	Valid
9	0,447	0,167	Valid
10	0,281	0,167	Valid
11	0,379	0,167	Valid
12	0,409	0,167	Valid
13	0,382	0,167	Valid
14	0,502	0,167	Valid
15	0,638	0,167	Valid
16	0,615	0,167	Valid
17	0,208	0,167	Valid
18	0,687	0,167	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas X2 (Islamic Service Quality)

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,531	0,167	Valid
2	0,611	0,167	Valid
3	0,807	0,167	Valid
4	0,751	0,167	Valid
5	0,836	0,167	Valid
6	0,862	0,167	Valid
7	0,752	0,167	Valid
8	0,637	0,167	Valid
9	0,821	0,167	Valid
10	0,840	0,167	Valid
11	0,711	0,167	Valid
12	0,931	0,167	Valid
13	0,722	0,167	Valid
14	0,835	0,167	Valid
15	0,814	0,167	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Validitas Variabel Y (Loyalitas Konsumen)

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,745	0,167	Valid
2	0,736	0,167	Valid
3	0,776	0,167	Valid
4	0,763	0,167	Valid
5	0,819	0,167	Valid
6	0,831	0,167	Valid
7	0,873	0,167	Valid
8	0,637	0,167	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data .

b. Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas menurut (Ferdinand, 2014) dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dapat diandalkan atau tidak, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh).

Menurut Priyanto, dalam (Wantini, Martono, & Hindrayani, 2013) menyatakan bahwa suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Alpha Cornbach lebih besar dari 0,6. Untuk mengetahui suatu instrumen tersebut reliabel, maka dapat diuji dengan menggunakan rumus Alpha Cornbach sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} =Reliabilitas instrument

k =Banyaknya butir pernyataan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah analisis yang digunakan untuk menjawab permasalahan tentang pengaruh variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 , X_6 , X_7 , X_8 terhadap variabel Y. Pada penelitian ini dilakukan beberapa uji asumsi klasik yang bertujuan

untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten. Uji asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Asumsi Klasik merupakan salah satu pengujian prasyarat pada regresi linear berganda. Menurut Kuncoro (2013), Suatu model regresi yang valid harus memenuhi kriteria *BLUE* (*Best, Linear, Unbiased, and Estimated*). Untuk dapat mengetahui apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria BLUE, maka dilakukan uji prasyarat regresi linear berganda, yaitu uji Asumsi Klasik.

1. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi dengan data bentuk lonceng (*bell shaped*). Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan (Santoso, 2010).

2. Uji Multikoloniaritas

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas. Interkorelasi adalah hubungan yang linear atau hubungan yang kuat antara satu variabel bebas atau variabel prediktor dengan variabel prediktor lainnya di dalam sebuah model regresi (Santoso, 2010).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan (Santoso, 2010).

3.4 Pengujian Hipotesis

3.4.1 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan apabila terdapat dua variabel atau lebih (Rohmana Y. , 2013). Pada penelitian ini, analisis regresi ganda akan digunakan untuk mengetahui pengaruh Religiusitas (X_1) dan Islamic Service Quality (X_2), secara bersamaan terhadap Loyalitas Konsumen (Y).

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n$$

Keterangan:

Y	= Loyalitas Konsumen
β_0	= Konstanta
β_{1-3}	= Koefisien regresi
X_1	= Religiusitas
X_2	= Islamic Service Quality
e	= Variabel gangguan

3.4.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji bisa atau tidaknya model regresi tersebut digunakan serta untuk menguji kebenaran hipotesis yang dilakukan, maka diperlukan pengujian hipotesis yang terdiri dari pengujian hipotesis secara parsial (uji t) dan pengujian secara simultan (uji F). Berikut penjelasannya:

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen bauran pemasaran syariah dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance* level 0,10 ($\alpha=10\%$) (Rohmana Y. , 2013). Uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis diterima atau tidak.

Uji t dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan: t : t hitung

r : koefisien korelasi

n : jumlah sampel

Dalam melakukan pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan antara t hitung dengan t tabel pada taraf signifikansi 10%.

- a) Apabila t hitung > t tabel atau probabilitas < tingkat signifikansi (Sig 0,10), maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

- b) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau probabilitas $>$ tingkat signifikansi (Sig 0,10), maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur atau mengetahui seberapa besar tingkat kecocokan atau kesempurnaan model regresi. Koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi yang ditemukan dan selanjutnya dikalikan 100% (dinyatakan dalam persentase).

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti variasi variabel dependen yang sangat terbatas, dan nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen sudah dapat memberi semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Gozali, 2009).

Rumus yang digunakan adalah:

Keterangan:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Kd = Koefisien
determinasi

r^2 = Koefisien korelasi dikuadratkan